

Министерство образования и науки Российской Федерации
федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
**«НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ТОМСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

Школа инженерного предпринимательства
Направление подготовки: Инноватика 27.03.05

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

Тема работы
Инновационные технологии в бьюти-индустрии

УДК 687.5.02:316.422

Студент

Группа	ФИО	Подпись	Дата
ЗН41	Томляк В.В.		

Руководитель

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
Главный эксперт ШИП	Зернин И.Ф.			

КОНСУЛЬТАНТЫ:

По разделу «Социальная ответственность»

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
Ассистент	Мезенцева И.Л.			

Нормоконтроль

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
Ассистент	Акчелов Е.О.			

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ:

Руководитель ООП	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
Доцент	Корниенко А.А.	К.т.н.		

**Планируемые результаты обучения по направлениям подготовки
27.03.05 Инноватика**

Код	Результат обучения
Общие по направлению подготовки	
P1	Использовать логически верную, аргументированную и ясную речь на русском и одном из иностранных языков в рамках осуществления межличностной и групповой коммуникации в деловом взаимодействии.
P2	Анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции, воспринимая межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах.
P3	Понимать значения гуманистических ценностей, принимать на себя нравственные обязательства по отношению к обществу и природе для сохранения и развития цивилизации, использовать методы и средства физической культуры для обеспечения социальной и профессиональной деятельности, следовать принятым в обществе и профессиональной среде этическим и правовым нормам, использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности, использовать приемы оказания первой помощи, методы защиты в условиях чрезвычайных ситуаций.
P4	Использовать основные положения и методы социальных, гуманитарных, философских и экономических наук, законы естественнонаучных дисциплин, методы, способы, средства и инструменты работы с информацией в профессиональной деятельности в процессе самоорганизации и самообразования, в т. ч. для формирования мировоззренческой позиции.
P5	Находить и принимать решения в нестандартных ситуациях, нести ответственность за принятые решения; организовать работу исполнителей, находить и принимать управленческие решения в области организации работ по проекту и нормированию труда, управления персоналом с соблюдением основных требований информационной безопасности, правил производственной безопасности и норм охраны труда.
P7	Применять знания математики, физики и естествознания, химии и материаловедения, теории управления и информационные технологии для выбора и обоснования оптимальности проектных, конструкторских и технологических решений; выбирать технические средства и технологии, учитывая экологические последствия реализации проекта и разрабатывая меры по снижению возможных экологических рисков, применять знания истории, философии, иностранного языка, экономической теории, русского языка делового общения для организации инновационных процессов.
P8	Применять конвергентные и мульти дисциплинарные знания, современные методы исследования и моделирования проекта, использовать современные информационные технологии и инструментальные средства, в том числе пакеты прикладных программ деловой сферы деятельности, сетевые компьютерные технологии и базы данных для решения прикладных инженерно-технических и технико-экономических задач, исследования и моделирования, разработки и управления проектом, выполнения работ по сопровождению информационного обеспечения и систем управления проектами.
Профиль «Предпринимательство в инновационной деятельности»	
P6	Анализировать проект (инновацию) как объект управления, систематизировать и обобщать информацию по использованию и формированию ресурсов,

	затратам, рискам реализации проекта, использовать нормативные документы по качеству, стандартизации в практической деятельности, излагать суть проекта, представлять схему решения.
P9	Использовать когнитивный подход и воспринимать (обобщать) научно-техническую информацию, отечественный и зарубежный опыт по тематике исследования, спланировать необходимый эксперимент, получить адекватную модель и исследовать ее.
P10	Разрабатывать проекты реализации инноваций с использованием теории решения инженерных задач и других теорий поиска нестандартных, креативных решений, формулировать техническое задание, использовать средства автоматизации при проектировании и подготовке производства, составлять документацию, презентовать и защищать результаты проделанной работы в виде статей и докладов.

Министерство образования и науки Российской Федерации
 федеральное государственное автономное образовательное учреждение
 высшего образования
**«НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
 ТОМСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

Школа инженерного предпринимательства
 Направление подготовки: 27.03.05 Инноватика
 Уровень образования бакалавриат
 Период выполнения (осенний / весенний семестр 2017/2018 учебного года)

Форма представления работы:

бакалаврская работа

(бакалаврская работа, магистерская диссертация)

Тема работы: «Инновационные технологии в бьюти-индустрии»

КАЛЕНДАРНЫЙ РЕЙТИНГ-ПЛАН
выполнения выпускной квалификационной работы

Срок сдачи студентом выполненной работы:	22.06.2018г.
--	--------------

Дата контроля	Название раздела (модуля) / вид работы (исследования)	Максимальный балл раздела (модуля)
30.04.2018	Теоретическая часть. Понятие и сущность бьюти-индустрии. Обзор рынка бьюти-индустрии. Понятие и виды технологических инноваций. Примеры влияния технологический инноваций на классические рынки.	отлично
10.05.2018	Аналитическая часть. Обзор технологических инноваций в бьюти-индустрии. Описание рынка бьюти услуг г. Томска	отлично
20.05.2018	Практическая часть. Описание бизнес процессов компании «Big Black Studio». Оценка изменений во времени описанных бизнес процессов после применения технологических инноваций	отлично

Составил преподаватель:

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
Главный эксперт ШИП	Зернин И.Ф.			

Принял студент:

ФИО	Подпись	Дата
Томляк Валерия Васильевна		

СОГЛАСОВАНО:

Руководитель ООП	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
Доцент	Корниенко А.А.	к.т.н.		

Министерство образования и науки Российской Федерации
федеральное государственное автономное образовательное
учреждение
высшего образования
**«НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ТОМСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

Школа инженерного предпринимательства
Направление подготовки: 27.03.05 Инноватика

УТВЕРЖДАЮ:

Руководитель ООП

_____Корниенко А.А.
(Подпись) (Дата) (Ф.И.О.)

ЗАДАНИЕ

на выполнение выпускной квалификационной работы

В форме:

бакалаврской работы

Студенту:

Группа	ФИО
3н41	Томляк Валерия Васильевна

Тема работы:

Инновационные технологии в бьюти-индустрии	
Утверждена приказом директора (дата, номер)	
Срок сдачи студентом выполненной работы:	22.06.2018г.

ТЕХНИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ

Исходные данные к работе	Объект исследования – технологические инновации в бьюти-индустрии. Методические пособия по теме исследования, материалы научных конференций, справочные издания, данные статистических служб, правовые нормативы и акты и Интернет-ресурсы.
Перечень подлежащих исследованию, проектированию и разработке вопросов	В ходе исследования были поставлены и решены следующие задачи: 1. изучить теоретические аспекты бьюти индустрии и технологических инноваций в традиционных отраслях 2. определить понятие инновационных технологий и технологических инноваций. Изучить технологические инновации в бьюти-индустрии 3. Отразить особенности рынка бьюти-индустрии г. Томска 4. Описать бизнес процессы

	<p>рассматриваемого салона красоты. Оценить изменения во времени каждого бизнес-процесса при внедрении описанных технологических инноваций.</p> <p>5. Рассчитать экономический эффект от внедрения технологических инноваций.</p>
Перечень графического материала	<p>Рисунок 1 – ZIIP Beauty.</p> <p>Рисунок 2 – HiMirror Plus.</p> <p>Рисунок 3 – Маски от британской компании Rodial.</p> <p>Рисунок 4 – ModiFace.</p> <p>Рисунок 5 – L'Oreal's Kérastase Hair Coach</p> <p>Рисунок 6 – Портативный принтер для ногтей 'O'2' Mobile Nail Printer</p> <p>Рисунок 7 – Sonic Eraser Pro</p> <p>Рисунок 8 – Набор косметики «Happy bacteria»</p> <p>Рисунок 9 – Графическое описание бизнес-направления Курс «Визажист. Базовый курс»</p> <p>Рисунок 10 – Графическое описание бизнес-направления услуги визажиста «макияж»</p> <p>Рисунок 11 – Графическое описание бизнес-направления ногтевого сервиса «маникюр»</p> <p>Рисунок 12 – Результат рекламы в социальных сетях.</p> <p>Рисунок 13 – Графическое описание бизнес-направления курса «Визажист. Базовый курс» с применением онлайн-обучения</p> <p>Рисунок 14 – Графическое описание бизнес-направления услуги визажиста «макияж» с применением ModiFace</p> <p>Рисунок 15 – Графическое описание бизнес-направления ногтевого сервиса «маникюр» с применением технологической инновации в виде портативного принтера для ногтей 'O'2' Mobile Nail Printer</p> <p>Таблица 1 – Салоны красоты г. Томска</p> <p>Таблица 2 – Анализ конкурентов г. Томск</p> <p>Таблица 3 – Ценовой анализ конкурентоспособности</p> <p>Таблица 4 – Распределение прибыли по бизнес-направлениям компании</p> <p>Таблица 5 – Цены конкурентов на предоставляемые услуги</p> <p>Таблица 6 – SWOT-анализ компании «Big Black Studio»</p> <p>Таблица 7 – Затраты на технологические инновации</p> <p>Таблица 8 – Расчет экономической выгоды</p> <p>Таблица 9 - Оптимальные и допустимые нормы температуры и относительной</p>

	влажности воздуха в рабочей зоне производственных помещений
Консультанты по разделам выпускной квалификационной работы	
Раздел	Консультант
Раздел «Социальная ответственность»	Ассистент Мезенцева И.Л.

Дата выдачи задания на выполнение выпускной квалификационной работы по линейному графику	
--	--

Задание выдал руководитель:

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
Главный эксперт ШИП	Зернин И.Ф.			

Задание принял к исполнению студент:

Группа	ФИО	Подпись	Дата
3н41	Томляк Валерия Васильевна		

СОГЛАСОВАНО:

Руководитель ООП	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
Доцент	Корниенко А.А.	к.т.н.		

РЕФЕРАТ

Выпускная квалификационная работы содержит 70 страниц, 15 рисунков, 9 таблиц, 21 использованный источник.

Ключевые слова: бьюти-индустрия, технологические инновации, бизнес-направление, бизнес.

Объектом исследования является бьюти-индустрия.

Предметом исследования является технологические инновации бьюти-индустрии.

Цель работы состоит в расчете целесообразности внедрения технологических инноваций в бьюти салоне.

Проблема исследования заключается в том, что на высоконкурентном рынке цену изменить почти невозможно, однако снижение издержек поможет увеличить прибыль. Чтобы снизить издержки предлагается внедрить технологические инновации

Исследуемая цель предполагает решение ряда задач:

- Изучить теоретические аспекты бьюти-индустрии и технологических инноваций в традиционных отраслях;
- определить понятие инновационных технологий и технологических инноваций;
- изучить технологические инновации в бьюти-индустрии;
- отразить особенности рынка бьюти-индустрии г. Томска;
- описать бизнес процессы рассматриваемого салона красоты.
- оценить изменения во времени каждого бизнес процесса при внедрении описанных технологических инноваций;
- рассчитать экономический эффект от внедрения технологических инноваций

Оглавление

Введение.....	12
Глава 1. Теоретические аспекты бьюти индустрии и технологических инноваций в традиционных отраслях	14
1.1 Понятие и сущность бьюти-индустрии. Обзор рынка бьюти-индустрии	14
1.2 Понятие и виды технологических инноваций.	17
1.3 Примеры влияния технологических инноваций на классические рынки	19
Глава 2. Применение инноваций в бьюти индустрии	21
2.1 Обзор технологических инноваций в бьюти индустрии	21
2.2 Описание рынка бьюти услуг г. Томска.....	32
Глава 3. Возможность применения инноваций на примере компании «Big Black Studio»	37
3.1 Описание бизнес процессов компании «Big Black Studio»	37
3.2 Оценка изменений во времени описанных бизнес процессов после применения технологических инноваций	47
3.3 Экономический эффект от внедрения каждой инновации	51
4 Социальная ответственность.....	54
4.1 Производственная безопасность	55
4.1.1 Анализ выявленных вредных факторов проектируемой производственной среды.....	55
4.1.2 Анализ выявленных опасных факторов проектируемой произведенной среды.....	59
4.2 Экологическая безопасность	60
4.3 Безопасность в чрезвычайных ситуациях	63

4.4 Правовые и организационные вопросы обеспечения безопасности	66
4.4.1 Правовые нормы трудового законодательства.....	66
4.4.2 Организационные мероприятия обеспечения безопасности	66
Заключение	67
Список использованных источников	69

Введение

Студия красоты как объект продвижения на рынке является очень специфичной структурой. Салонный бизнес относится к сложному типу услуг, т.к. в его работе задействовано множество квалифицированных специалистов, в том числе из медицинской сферы. В связи с тем, что рынок салонного бизнеса в настоящее время находится на подъеме, услуги, которые они предоставляют, крайне популярны.

Актуальность выбранной темы обусловлена тем, что в условиях сильно возросшей конкуренции компаниям необходимо довольно часто проводить полный анализ отраслевого рынка для выявления тенденций его развития и прогнозировать по выявленным направлениям новые рыночные ниши, которые, возможно, еще не сформировались окончательно, но уже имеют целевой спрос у потребителей. В настоящее время технологические инновации стали важным фактором конкуренции, особенно на высококонкурентных традиционных рынках.

Новейшие рыночные ниши возникают вследствие дробления отраслевого рынка и смежных с ним рынков (например, санаторно-курортного, индустрии красоты, туристско-рекреационного, медицинского и др.) под влиянием изменения политики цен на услуги, перемен в моде, смены жизненных стилей и концепций, а также научно-технического прогресса и вытеснения конкурентов.

Например, с целью установлений новых направлений спроса на основе выявления интереса потребителей «бьюти индустрии» целесообразно проводить маркетинговые исследования значимости мотивов посетителей (не специалистов) на специализированных выставках.

Основная цель работы состоит в расчете целесообразности внедрения технологических инноваций в бьюти салоне

Задачи работы:

1. изучить теоретические аспекты бьюти-индустрии и технологических инноваций в традиционных отраслях;

2. определить понятие инновационных технологий и технологических инноваций;
3. отразить особенности рынка бьюти-индустрии г. Томска;
4. описать бизнес процессы рассматриваемого салона красоты,
5. оценить изменения во времени каждого бизнес процесса, при внедрении описанных технологических инноваций
6. рассчитать экономический эффект от внедрения технологических инноваций

Объект исследования: бьюти индустрия.

Предмет исследования: технологические инновации бьюти индустрии.

Степень изучения темы достаточно высокая, так как она рассматривалась в трудах многих специалистов в сфере инноваций и бьюти индустрии.

Проблема исследования заключается в том, что на высококонкурентном рынке цену изменить почти невозможно, однако снижение издержек поможет увеличить прибыль. Чтобы снизить издержки предлагается внедрить технологические инновации.

Научная и практическая новизна заключается в том, что в работе представлены ранее не рассматриваемые в научных работах технологические инновации бьюти индустрии, большая часть из которых являются новинками.

Значимость и апробация работы: работа может быть использована в качестве базы для написания студенческих и научных работ в дальнейшем, а также при подготовке к научным тематическим конференциям.

Теоретическая база: труды и монографии российских специалистов в сфере инноваций и бьюти индустрии, а также ресурсы в сети интернет.

Методы исследования: метод теоретического анализа, метод структуризации и классификации.

В структуре работы: введение с обоснованием актуальности темы, основная часть, заключение, список использованной литературы.

Глава 1. Теоретические аспекты бьюти индустрии и технологических инноваций в традиционных отраслях

1.1 Понятие и сущность бьюти-индустрии. Обзор рынка бьюти-индустрии

Слово "Бьюти" было заимствовано из английского языка "Beauty" и переводится на русский язык, как "красота". Наиболее часто термин Бьюти применяется женскими блоггерами, например - "Beauty-blogger".

Бьюти блоггер - это, как правило, девушка, которая имеет свой канал на Ютуб и объясняет в нём своим подписчикам, как всегда выглядеть на все "сто" и оставаться свежей и привлекательной.

Бьюти макияж - это понятие появилось совсем недавно, хотя большинство модниц уверены, что этот термин появился ещё в середине 20 века. Именно в то время был расцвет экстравагантных и уверенных в себе молодых девушек. Как определить Бьюти макияж? Дело в том, что понять, что на девушке нанесён именно бьюти макияж достаточно просто, стоит внимательно рассмотреть, имеются ли на лице стразы и "мушки", накладные ресницы, и сложная в применении косметика, и если такие элементы присутствуют, то перед вами самый настоящий Бьюти макияж.

Бьюти фотография - это изображение человека, которое не имеет ничего общего со съёмкой портретного типа, ведь главный объект для съёмки [2, с.45].

Бьюти фотографии - это лицо. Для Бьюти фотографии используется весьма сложный в исполнении макияж, в некоторых случаях могут применить креативный макияж. Подобные фотографии прекрасно подойдут для целей рекламного характера, поскольку в ней важна именно внешняя красота и глянец.

Индустрия красоты — отрасль, занимающаяся косметическим обслуживанием. Речь идёт о салонах красоты, к которым также относятся парикмахерские, спа-салоны и др. Кроме того, индустрия красоты включает промышленность, производящую косметические средства.

Наряду с профильными специалистами одним из ключевых сотрудников салона красоты является его администратор. Этот человек должен не только разбираться в тонкостях оказываемых услуг, таких как массаж, маникюр, педикюр, окрашивание волос, солярий, стрижка волос, эпиляция и депиляция, — главное, он должен уметь находить общий язык с клиентом. Зачастую администратор салона красоты выполняет и функции секретаря, работая на ресепшен. От него зависит, насколько рабочая обстановка складывается в коллективе, а также он транслирует дружелюбное отношение к клиентам: готовность оказать помощь, объяснить, помочь сделать выбор [3, с.196].

Индустрия красоты — это сложный высококонкурентный бизнес, поэтому сотрудник, работающий с клиентами, должен быть не только красивым, но и умным, обладать сильными коммуникативными навыками, а также управленческими способностями, позволяющими эффективно организовать работу множества специалистов, управлять записью клиентов, а также разрешать возможные конфликтные ситуации.

Несмотря на кажущееся обилие салонов красоты, надо отметить, что потенциал этого бизнеса в России ещё очень велик: в других странах этих заведений на душу населения приходится гораздо больше. Вероятно, со временем, благодаря повышению благосостояния людей и распространению культа красоты, пропагандируемого масс-медиа, востребованность получения косметологических услуг в специальных заведениях будет возрастать.

Красота и бизнес в современном обществе тесно переплетаются, по внешнему виду женщины, по ее прическе, степени ухоженности можно судить об успешности ее бизнеса. Однако в череде трудовых будней очень сложно выделить время на регулярные походы к косметологу или фитнес-тренеру.

Отлично развитая сеть институтов косметологии, где представлены современные специальные процедуры на аппаратах самых последних разработок в области бьюти индустрии.

Это такая процедура как «кулскалптинг», которая позволяет избавиться от 5-10 сантиметров в области талии, живота, бедер. Также весьма эффективна процедура «термаж», во время которой создается каркас кожи лица и шеи. Это позволит сформировать идеальный овал лица, результаты этой процедуры сохраняются в течение последующих пяти лет.

На первый взгляд индустрия красоты может показаться узконаправленной и ограниченной. На самом деле, каждый сталкивается с результатами деятельности данной сферы ежедневно. Согласно проведенному Kursiv Research мини-опросу, прекрасная половина населения в среднем тратит пятнадцать тыс. тенге (приблизительно 3000 рублей) в месяц на наведение красоты и это без учета покупки косметических и гигиенических средств. Индустрия красоты не ограничивается макияжем или походом в салон красоты, это различные товары и услуги, мировые бренды и франшизы и многое другое. Так как определение красоты постоянно меняется, данная сфера всегда открыта для новых возможностей и инноваций.

С каждым днем аудитория потенциальных потребителей, стремящаяся выглядеть ухоженно и красиво, стремительно растет. Для современного общества уже не секрет, что ухоженный внешний вид – это критерий успешности, где важную роль играет психология восприятия человека. И помогать людям выглядеть ухоженными и красивыми – одна из самых интересных, популярных и, что немаловажно, прибыльных услуг.

Данный вид деятельности занимает весомую долю в экономике разных развитых и развивающихся стран. К тому же, бьюти-индустрия устойчива к экономическим спадам и развивается динамически. Для частных предпринимателей в этой сфере есть возможности представительства продаж

в сетевых компаниях и более традиционные возможности, через франчайзинг [1, с.112].

В мировом рынке представлено множество брендов, которые поставляют различные декоративные и уходовые продукты и услуги. В каждом сегменте есть средства для различного потребителя. Этот уровень разнообразия остается незамеченным для стороннего наблюдателя. Потребители, как правило, лояльны к одному бренду, будь то конкретный продукт по уходу или салон красоты. Представленные на рынке услуги и продукты в зависимости от целевой аудитории дифференцированы по нишевым рынкам, от дешевых товаров до элитных «люксовых» продуктов. Поставщики услуг конкурируют, в основном, по ценовой политике, местоположению, а также их целевой аудитории.

1.2 Понятие и виды технологических инноваций.

Исследованием и разработкой инновационных методов занимается инноватика - область знаний, охватывающая вопросы методологии и организации инновационной деятельности, значительное место среди проблем которой, ставших предметом и объектом ее исследований, занимает относительно самостоятельная область знаний - социальная инновация. Это новые средства регулирования и развития социальных процессов, способных соответствовать сложности общественной ситуации, направленных на удовлетворение потребностей человека и общества в условиях высокой неопределенности обстоятельств.

Технологические инновации представляют собой конечный результат инновационной деятельности, получивший воплощение в виде нового либо усовершенствованного продукта или услуги, внедренных на рынке, нового либо усовершенствованного процесса или способа производства (передачи) услуг, используемых в практической деятельности.

В промышленности и сфере услуг различают два типа технологических инноваций - продуктовые и процессные. В промышленности продуктовые инновации охватывают внедрение

технологически новых или усовершенствованных продуктов. Внедрение нового продукта определяется как радикальная продуктовая инновация, если касается продукта, предполагаемая область применения которого, функциональные характеристики, свойства, конструктивные или использованные материалы и компоненты существенно отличают его от ранее выпускавшихся продуктов.

Такие инновации могут быть основаны на новых технологиях либо на сочетании существующих технологий в новом их применении. Технологическое усовершенствование продукта затрагивает уже существующий продукт, качественные или стоимостные характеристики которого были улучшены за счет использования более эффективных компонентов и материалов, частичного изменения одной или ряда технических подсистем.

Процессные инновации - это освоение технологически новых или значительно усовершенствованных производственных методов, включая методы передачи продуктов. Инновации такого вида могут быть основаны на использовании нового производственного оборудования, новых методов организации производственного процесса или их совокупности, а также на использовании результатов исследований и разработок.

Такие инновации нацелены на повышение эффективности производства, но могут предназначаться также и для производства и поставки технологически новых или усовершенствованных продуктов, которые не могут быть произведены или поставлены с использованием обычных производственных методов.

К целям технологических инноваций в реальном секторе экономики можно отнести:

- Снижение конструктивно-технологической сложности выпускаемых изделий за счет конструктивных новшеств;

- снижение материалоемкости изделий за счет применения новых материалов;
- комплексную механизацию и автоматизацию технологических процессов;
- применение робототехники, манипуляторов и гибких автоматизированных систем;
- снижение технологической трудоемкости продукции, затрат ручного труда за счет повышения технического уровня и качества технологической оснастки, инструментов, приспособлений, научной организации труда;
- комплексную автоматизацию и регулирование процессов управления производством на основе электроники и компьютерной техники и т. д.

1.3 Примеры влияния технологических инноваций на классические рынки

В качестве примера рассмотрим такой термин как уберизация. Само понятие «уберизация» происходит от названия американской компании «Uber»- сервиса для онлайн заказа автомобиля, осуществляемого напрямую связью пассажира и водителя. Уберизация означает осуществление прямой сделки с помощью компьютерных интерфейсов между клиентами и поставщиками услуг без участия посредников.

Плюсы уберизации очевидны: она значительно снижает издержки — и для клиента, и для исполнителя. «Uber»-интерфейс выполняет все взятые на себя процессы более эффективно, чем посредник, которого он замещает. При этом — и дешевле, и безопаснее.

Уберизация распространилась не только на такси; существует подобный сервис для аренды частного жилья (дома, квартиры, комнаты) — Airbnb. В географию сервиса «Airbnb» входит более 191 страны мира и более 34 тысяч городов. Так, используя сервис «Airbnb» можно напрямую

арендовать квартиру в Лос-Анжелесе на ночь всего за \$60. В сфере интернет-коммерции работает китайская «Alibaba Group», основанная в 1999 году в Ханчжоу. Она владеет порталом Alibaba.com, где различные компании проводят свои торговые операции по схеме B2B. В 2012 году объём продаж на порталах группы «Alibaba» составил 1,1 трлн юаней (170 млрд долларов).

Рассмотрим другой пример, связанный с системой образования.

Тенденция непрерывного обучения - одна из основных возможностей нашего времени. Помимо традиционных форм и видов обучения, сейчас нам доступно онлайн-обучение.

Онлайн обучение позволяет проходить стажировки, мастер-классы, повышение квалификации и обучение, не выходя из дома. Количество пользователей проходящих онлайн обучение непрерывно растет, как и количество курсов, которые можно пройти бесплатно или купить.

Образовательный портал «Coursera» на данный момент насчитывает более 25 миллионов пользователей, имеет более 150 университетов-партнеров по миру и предоставляет пользователям более 2000 курсов на разные темы.

Технологические инновации активно внедряются в различные рынки. Пример «уберизации» и онлайн-обучения описывает стремительное совершенствование рынков, путем внедрения технологических инноваций и инновационных технологий. Бьюти-индустрия не стоит в стороне: с каждым годом появляются более совершенные и доступные инновации.

Глава 2. Применение инноваций в бьюти индустрии

2.1 Обзор технологических инноваций в бьюти индустрии

К технологическим инновациям бьюти индустрии можно отнести:

1. ZIIP Beauty – устройство по уходу за кожей на основе нанотехнологий

«Минимальные ингредиенты, максимальные результаты». Это лозунг для доктора Розбакса, и клинические данные говорят, что они доставляют именно это. Бренд появился в Австралии, где основатели, две сестры-близнецы по имени Зои и Ким Девин, были воспитаны родителями, которые были докторами и верили в здоровый образ жизни в своей пище, привычках и продуктах, основанных на науке и натуральных ингредиентах. Их отец создал формулы, эффективные даже для самой чувствительной кожи. Теперь Зоя и Ким делятся своим образом жизни с потребителями, начиная с запатентованных продуктов по уходу за кожей. Хотя бренд очень молод, он доступен в Sephora, Selfridge's (Великобритания), Holt Renfrew (Канада) и других крупных розничных сетях высокого класса. Ингредиенты являются натуральными, проприетарными, а не животными. Бренд развивает образ фитнеса и здоровья в повседневной жизни, что его продукты созданы для повышения.

ZIIP Beauty - это первое в мире устройство для ухода за кожей лица, которое работает через приложение для смартфонов. Пользователи могут загружать любое из шести пользовательских процедур, которые нацелены на очень специфические проблемы с кожей, включая акне, чувствительную кожу, тонкие линии и морщины. Новые процедуры добавляются в приложение на постоянной основе без дополнительных затрат для пользователей. Ziip Beauty была основана очень известным эстетиком Мелани Симон. Симон разработала устройство на дому, когда поняла, что никогда не сможет удовлетворить спрос на все процедуры, которые ей нужны в офисе. Она также мечтала сделать эффективные электрические обработки более доступными для потребителей во всем мире. ZIIP

использует крошечные электрические токи для стимуляции естественных химических веществ в организме для восстановления поврежденных клеток кожи. Это высококачественный продукт, доступный на ZIIPBeauty.com, Net-A-Porter, Barney's и других розничных сетях высокого класса. При использовании в сочетании с проводящим гелем Golden Conductive Gel (входит в комплект флакон с дозатором объемом 80 мл, которого хватает для использования в течение примерно двух месяцев), устройство увеличивает энергетический баланс клеток для повышения уровня АТФ, который стимулирует выработку эластина, коллагена и гликозаминогликанов. Эргономичное и невероятно простое в использовании устройство предварительно запрограммировано на режим «Energize» – омолаживающие процедуры [5]. Стоимость такого девайса – 575 долларов США. А бутылочка геля оценивается в 150 долларов США. Устройство ZIIP Beauty представлено на рисунке 1.



Рисунок 1- ZIIP Beauty

2. HiMirror Plus

Торговая марка HiMirror, которая представила одно из первых в мире смартзеркал красоты, только презентовала новую версию Plus и сопутствующее устройство HiSkin. Базовая модель, розничная цена которой составляет 189 долларов США, получила награду Honoree Innovation Awards CES 2017 в категории продуктов для «умного дома» [5].

Бесконтактная технология продукта осуществляет персонализированный анализ кожи пользователя, просто сделав снимок. Устройство изучает недостатки поверхностного уровня, такие как цвет лица, повреждение от солнечного света, поры и морщины, а затем рекомендует продукты и процедуры по уходу за кожей, чтобы исправить каждый недостаток.

Модель Plus, стоимостью 259 долларов США, оснащена светодиодной подсветкой, которая идеально подходит для нанесения макияжа с пятью различными настройками для окружающей среды: закат, солнечный свет на открытом воздухе, яркий офис, торговый центр или супермаркет, а также ресторан или место для проведения вечеринок. Устройство HiMirror Plus представлено на рисунке 2.



Рисунок 2 - HiMirror Plus

3. Маски от британской компании Rodial — альтернатива инъекционной косметологии

В набор входит по три упаковки отдельно для губ и для области под глазами, которые обеспечивают соответствующий косметологический эффект без необходимости в инъекциях специальных наполнителей. Биоцеллюлозная маска для губ содержит гиалуроновую кислоту, кроме того, она обеспечивает интенсивное увлажнение. Таким образом, губы буквально за несколько минут становятся гладкими и объемными. Что же касается масок для глаз, экстракт арники помогает уменьшить появление мешковатых глаз и отечность для мгновенно яркого внешнего вида. Это отличная процедура для гель-маски для предварительной подготовки области под глазами перед большим событием. Приобрести такой набор можно в онлайн-магазинах по стоимости около 50 долларов США [5]. Маски от британской компании Rodial представлены на рисунке 3.



Рисунок 3 - Маски от британской компании Rodial

4. ModiFace – дополненная реальность для правильного выбора косметики

Технология искусственного интеллекта (AI) от ModiFace, которая используется для отслеживания состояния кожи лица и волос, была выбрана Apple как одно из лучших приложений в App Store 2017 года. ModiFace работает с различными брендами красоты, включая MAC, Sephora, L'Oréal, Coty, Smashbox, Estée Lauder, Clinique и Bobbi Brown. Запатентованная технология ModiFace, которая, по словам компании, основана на более чем десятилетнем исследовании в Стэнфордском университете, включает более 200 пользовательских приложений дополненной реальности для брендов красоты. Возможности дополненной реальности, которые используются такими технологическими компаниями, как Perfect365, YouCam, ModiFace и Meitu, быстро внедряются косметическими брендами по всему миру, чтобы позволить потребителям практически попробовать продукты в комфорте собственного дома, используя не что иное, как свой мобильный телефон.

Поскольку AR становится все популярнее, бренды начали экспериментировать с более творческим использованием. Макияж кисти бренда Real Techniques запустил Winter Wondergames, своего рода «Pokemon Go» для инструментов красоты, в которых пользователи разгуливают по улицам, ища практически скрытые кисти и губки для макияжа, в декабре 2017 года. Судя по комментариям Instagram, игра имела свою долю технических трудностей и запутанных пользователей. Тем не менее, представитель компании говорит, что за три дня игра произвела 21 миллион показов и достигла почти 3 миллионов отдельных пользователей в Twitter [5].

Бренды также начинают использовать зеркала с поддержкой AR, которые позволяют вам практически примерить образ в магазине. MAC (также принадлежащий Estée Lauder) представил волшебные зеркала, разработанные ModiFace, конечно же, в своих магазинах в США в этом году с планами глобального развертывания в 2018 году. Клиенты могут использовать 29 пользовательских макияжей, в пресс релизе о которых

говорится: «Чрезвычайно плавное и точное исполнение, которое часто неотлично от реального макияжа визажиста-профессионала». Конечно, во время примерки образа реальный визажист MAC будет стоять рядом с вами.

Интерфейс приложения ModiFace представлен на рисунке 4.

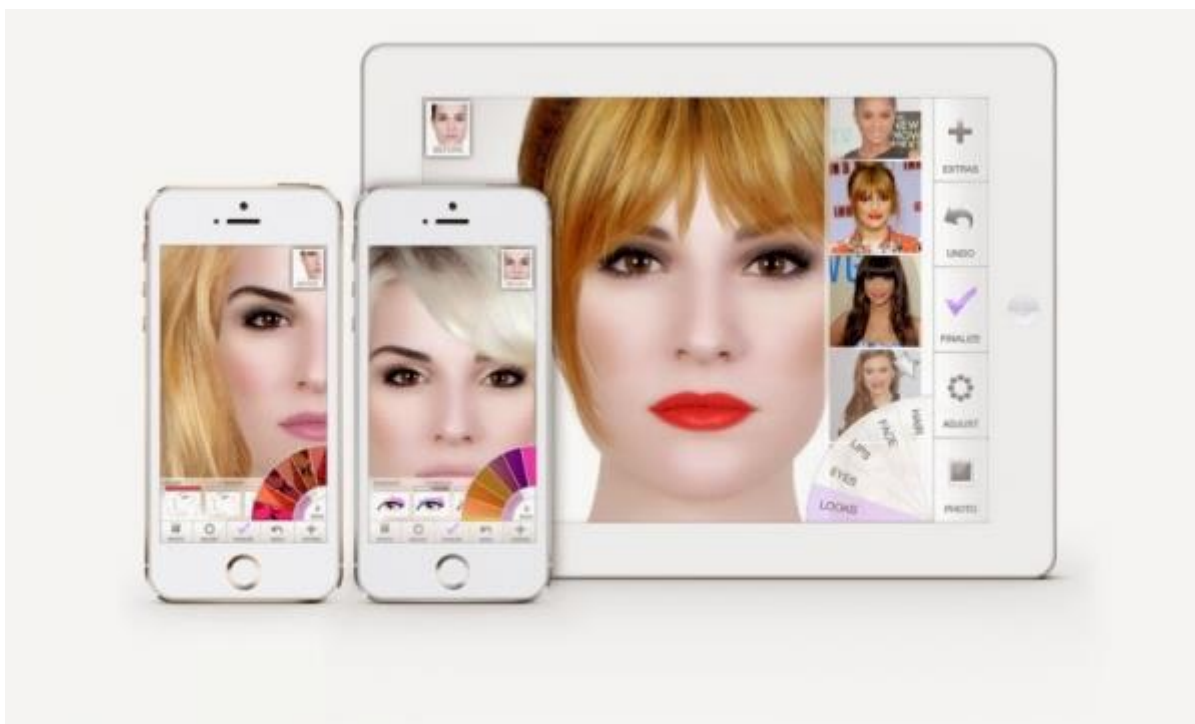


Рисунок 4 – ModiFace

5. Тренер волос Kérastase

Тренер волос Kérastase был выпущен 3 января 2017 года и является первой в мире умной расческой для волос. Он был разработан Kérastase, лидером в области профессионального ухода за волосами, в партнерстве с Withings, лидером в связанной революции здравоохранения и в сотрудничестве с L'Oréal Research and Innovation Technology Incubator [5].

Расческа состоит из следующих элементов:

- Датчик для измерения мороза, сухости, сплит-концов и поломки;
- 3х-осевые весоизмерительные ячейки, которые измеряют приложенную силу на скальпе во время расчесывания;

- акселерометр и гироскоп для анализа рисунков щетки и мазков кисти.
- датчики проводимости для измерения использования расчески на сухих или влажных волосах и определения качества волос во время и после чистки волос.

Эта расческа также оснащена алгоритмами анализа сигналов, разработанными L'Oreal для оценки качества волос и мониторинга эффектов различных процедур ухода за волосами. Этот алгоритм сопровождается мобильным приложением, которое рекомендует индивидуальные продукты для улучшения ухода за волосами. Информационный канал от пользователей может быть загружен в специальное приложение, которое затем учитывает погодные факторы, такие как температура, влажность и ветер. Расческа L'Oreal's Kérastase Hair Coach представлена на рисунке 5.



Рисунок 5 - L'Oreal's Kérastase Hair Coach

6. Портативный принтер для ногтей 'O'2' Mobile Nail Printer

Мобильный принтер для маникюра «O'2» позволяет пользователям создавать дизайн для ногтей на своём смартфоне, а затем сделать

эксклюзивный маникюр без необходимости делать это вручную или посещать салон. Каждый картридж, который используется в принтере «O'2», способен создавать более 700 дизайнов ногтей, что позволяет пользователям менять дизайн ногтей хоть каждый день [5].

Принтер подходит и для настоящих, и для искусственных ногтей. Управление устройством осуществляется с помощью мобильного телефона через WI-FI. Чтобы сделать маникюр достаточно передать созданный рисунок с телефона на принтер и нажать одну кнопку. Стоимость портативного принтера для маникюра составляет около 1 500 долларов США. Портативный принтер для ногтей 'O'2' Mobile Nail Printer представлен на рисунке 6.



Рисунок 6 - Портативный принтер для ногтей 'O'2' Mobile Nail Printer

7. Sonic Eraser Pro

Беспроводная перезаряжаемая Sonic Eraser Pro использует систему нанесения уходовых средств следующего поколения 3-в-1 под названием Triplex Infusion Technology, которая клинически подтверждена, чтобы

применять ваши средства по уходу за кожей лучше, чем вручную, и значительно улучшить антивозрастные результаты. Обоснованные заметные улучшения яркости, стойкости и гидратации кожи клинически документированы всего за 14 дней. Обоснованные заметные улучшения тонких линий, морщин и гладкости кожи клинически документируются через 28 дней [5].

Особенность технологии Triplex Infusion Technology в том, что она воздействует на кожные покровы в трех направлениях: звуком, температурой и ионами. В частности, девайс обеспечивает звуковые колебания с частотой 30 000 раз в минуту, что позволяет равномерно наносить средство, а также обеспечивает омолаживающий эффект. Благодаря созданию отрицательного потока электронов, позволяет коже максимально эффективно поглощать средство. Sonic Eraser Pro обеспечивает нагрев до 42°C, именно при этой температуре обеспечивается мягкое открытие пор для оптимального поглощения косметического продукта. К тому же тепловой эффект с омолаживающим звуковым массажем способствует восстановлению здорового цвета кожи.

Стоимость такого косметологического аппарата составляет 149 долларов США.

Устройство Sonic Eraser Pro представлено на рисунке 7.



Рисунок 7 - Sonic Eraser Pro

8. Уходовая косметика Gallinée

В 2017 году косметические производители особое внимание уделили микробиому кожи – особому комплексу микроорганизмов, которые постоянно присутствуют на кожных покровах, обеспечивая их нормальное функционирование. Суть таких косметических средств состоит в том, чтобы поддерживать баланс экосистемы кожи, способствуя её здоровью. Марри Драго, основательница бренда Gallinée, который является одним из лидеров в сегменте косметики, ориентированной на микробиом кожи, отметила, что в течение последних 50 лет косметологи занимались исследованиями того, как бороться с экосистемой кожи, стремясь решить проблему акне, псориаза и других воспалительных заболеваний кожных покровов. Уникальность продукции Gallinée в том, что в кожу вводятся не только пробиотические фракции, но также много пребиотиков, чтобы питать микробиом кожи,

постбиотическая молочная кислота создаёт идеальную среду для кожных покровов и их бактерий [5].

Набор косметики «Happy bacteria» состоит из трех косметических средств, которые подходят для любого типа кожи: увлажняющий крем для лица, маска-скраб для лица и специальная пена для очищения кожи лица. Такая косметика питает, смягчает и восстанавливает кожу, благодаря тому, что содержит специальные компоненты, способствующие нормальному функционированию микробиома кожи. Стоимость такого набора составляет около 67 долларов США. Набор косметики «Happy bacteria» представлен на рисунке 8.



Рисунок 8 - Набор косметики «Happy bacteria»

2.2 Описание рынка бьюти услуг г. Томска

Индустрия красоты в г. Томске непрерывно развивается. Количество бьюти мастеров постоянно увеличивается, открываются новые салоны красоты, появляются новые услуги.

Однако имеется базовый набор услуг, присутствующий в каждом салоне красоты и составляющий основу спектра услуг каждого салона красоты. В базовый набор услуг салона красоты входит:

- Услуги визажиста
- Услуги стилиста
- Образ от мастера
- Услуги мастера ногтевого сервиса (маникюр, педикюр)
- Услуги бровиста
- Услуги лэшмейкера

Каждая услуга предоставляется мастером, прошедшим специальное обучение.

На данный момент, по данным сервиса 2GIS, в г. Томск существует 844 организации, относящихся к бьюти индустрии Томска. К данному числу организаций также относятся косметологические клиники, стоматологии, центры женского здоровья [6].

На сегодняшний день востребованность и популярность салона красоты оценивается социальными сетями и медиа. За основу анализа конкурентов были взяты данные социальной сети Instagram, чтобы выявить наиболее популярные салоны красоты в Томске. Данные по самым узнаваемым салонам красоты г. Томска представлены в таблице 1.

Таблица 1 - Салоны красоты г. Томска

Наименование салона	Количество подписчиков в соц. сети Instagram, чел
Big Black Studio	5231
Beauty 24/7	3572
Sash Studio	20457
Studio 618	4975
ME Studio	8794

Исходя из данных таблицы 1, в г. Томск находятся 6 салонов с большим количеством подписчиков. Данные анализа конкурентов представлены в таблице 2.

Таблица 2 - Анализ конкурентов г. Томск

Основные конкуренты	Big Black Studio	Beauty 24/7	Sash Studio	Studio 618	ME Studio
Предоставляемые услуги	Макияж Прическа Образ Услуги бровиста Курс «Визажист. Базовый курс» Курс «Визажист. Повышение квалификации» Курс «PR в бьюти индустрии» Курс «Brow artist» Ногтевой сервис	Макияж Прическа Образ Услуги бровиста Курс «Brow artist» Ногтевой сервис	Макияж Прическа Образ Услуги бровиста Курс «Визажист. Базовый курс» Курс «Визажист. Повышение квалификации» Курс «Brow artist» Ногтевой сервис	Макияж Прическа Образ Услуги бровиста Курс «Brow artist»	Макияж Прическа Образ Услуги бровиста Курс «Визажист. Базовый курс» Курс «Brow artist»
Временные затраты, мин. Услуга «Макияж»	60	70	60	80	60

Продолжение таблицы 2.

Целевая аудитория	Средний класс и выше	Средний класс и выше	Выше среднего класса	Средний класс	Средний класс и выше
Ценовая политика, руб. Услуга «Макияж»	1500	1700	2000	1200	1300
Персонал	Прошедший обучение и стажировку	Прошедший обучение	Прошедший обучение и стажировку	Прошедший обучение	Прошедший обучение и стажировку
Оценка потребителей	Отлично	Хорошо	Отлично	Удовлетворительно	Хорошо

По данным таблицы 2, были проанализированы 6 салонов красоты г. Томск.

«Big Black Studio» - салон красоты, находящийся по адресу г. Томск, Сакко переулок 1, насчитывающий 5231 подписчика в рабочем аккаунте социальной сети Instagram. «Big Black Studio» насчитывает 10 услуг, из которых 4 услуги – образовательные. Оценивание временных и денежных затрат проводилось по услуге «Макияж». Стоимость этой услуги в данном салоне красоты составляет 1500 рублей, временные затраты – 60 мин. В салоне красоты работают мастера, прошедшие обучение и стажировку. Оценка потребителей – отлично [7].

Салон красоты «Beauty 24/7», находящийся по адресу г. Томск, ул. Алексея Беленца 9/1, насчитывает аудиторию в 3572 подписчика социальной сети Instagram. В спектр услуг входит 6 услуг, из них одна - образовательная. Оценивание временных и денежных затрат проводилось по услуге «Макияж». Стоимость этой услуги в данном салоне красоты составляет 1700 рублей, временные затраты – 70 мин. В салоне красоты работают мастера, прошедшие обучение. Оценка потребителей – хорошо [8].

«Sash Studio» – салон красоты, располагающийся по адресу г. Томск, ул. Герцена 26, также имеют филиал в Москве, что дает им преимущество относительно других салонов по количеству подписчиков в социальной сети Instagram. Их аудитория насчитывает 20457 подписчиков. В спектр услуг входит 8 услуг, из них три услуги - образовательные. Оценивание временных и денежных затрат проводилось по услуге «Макияж». Стоимость этой услуги в данном салоне красоты составляет 2000 рублей, временные затраты – 60 мин. В салоне красоты работают мастера, прошедшие обучение и стажировку. Оценка потребителей – отлично [9].

Салон красоты «Studio 618» располагается в г. Томск, переулок Плеханова, 5а. Салон красоты насчитывает 4975 подписчиков в социальной сети Instagram. В спектр услуг входит 5 услуг, из них одна - образовательная. Оценивание временных и денежных затрат проводилось по услуге «Макияж». Стоимость этой услуги в данном салоне красоты составляет 1200 рублей, временные затраты – 80 мин. В салоне красоты работают мастера, прошедшие обучение. Оценка потребителей – удовлетворительно [10].

Последний рассматриваемый салон красоты «ME Studio» располагается по адресу г. Томск, ул. Алексея Беленца 9/1 насчитывает аудиторию в 8794 подписчика социальной сети Instagram. В спектр услуг входит 6 услуг, из них две услуги - образовательные. Оценивание временных и денежных затрат проводилось по услуге «Макияж». Стоимость этой услуги в данном салоне красоты составляет 1300 рублей, временные затраты – 60 мин. В салоне красоты работают мастера, прошедшие обучение и стажировку. Оценка потребителей – хорошо [11].

В таблице 3 представлен ценовой анализ конкурентоспособности по трем направлениям услуг: макияж, прическа, образ.

Таблица 3 - Ценовой анализ конкурентоспособности

Наименование услуги	Big Black Studio		Beauty 24/7		Sash Studio		Studio 618		ME Studio	
	руб	%	руб	%	руб		руб	%	руб	%

Продолжение таблицы 3.

Макияж	1500	0	1700	13	2000	33,3	1200	-20	1300	13,3
Прическа	1700	0	2000	17,6	2500	47	1500	-11	1700	0
Образ	3200	0	3700	15,6	4500	40,6	2700	-15	3000	6,25
Average	2133,3	0	2466,6	15,6	3000	40,6	1800	-15	2000	6,24
Min	1500	0	1700	13	2000	33,3	1200	-20	1300	0
Max	3200	0	3700	17,6	4500	47	2700	-11	3000	13,3

Благодаря проведенному анализу, можно сделать вывод, что компания «Big Black Studio» предоставляет свои услуги в среднем ценовом диапазоне. Количество услуг компании достигает максимума среди всех представленных.

Глава 3. Возможность применения инноваций на примере компании «Big Black Studio»

3.1 Описание бизнес процессов компании «Big Black Studio»

Студия красоты, именуемая «Big Black Studio», оказывает множество услуг. В их список входят:

- Курс «Визажист. Базовый курс»,
- курс «Визажист. Повышение квалификации Commercial & Creative»,
- курс «Brow artist»,
- семинар «PR в бьюти индустрии»,
- курс «Визажист. Базовый курс. Теория»,
- услуги визажистов разных категорий,
- услуги стилистов разных категорий,
- услуги бровиста,
- услуги мастеров ногтевого сервиса

Категории мастеров котируются в зависимости от опыта работы, времени выполнения услуги и качества предоставляемой услуги [7].

В таблице 4 представлены доли каждого бизнес-направления в обороте компании и чистая прибыль каждого направления. Курс «Визажист. Базовый курс» занимает лидирующую позицию в данном списке, соответственно, благодаря этому направлению деятельности компания получает самую большую прибыль. Тем не менее, другие курсы также имеют высокую долю в принесении прибыли компании.

Таблица 4 - Распределение прибыли по бизнес-направлениям компании

Номер позиции	Бизнес-направление	Время, затраченное на бизнес-направление	Доля, %
1	Курс «Визажист. Базовый курс»	40 ч.	50
2	Курс «Визажист. Повышение квалификации Commercial & Creative»	18 ч.	20
3	Курс «Brow artist»	16 ч.	2,5
4	Семинар «PR в бьюти индустрии»	8 ч.	5
5	Курс «Визажист. Базовый курс. Теория»	3 ч.	2,5
6	Услуги визажистов разных категорий	1-2 ч. (в зависимости от квалификации мастера)	5
7	Услуги стилистов разных категорий	1,5-2 ч. (в зависимости от квалификации мастера)	5
8	Услуги бровиста	40 мин-1 ч.	5
9	Услуги мастеров ногтевого сервиса	1-1,5 ч.	5
Итого		92 ч.	100%

Основной целью анализа бизнес-процессов является улучшение их работы посредством принятия наиболее эффективных управленческих решений. Для того, чтобы повысить эффективность обработки большого количества информации, работы нужно правильно структурировать. Для этого бизнес-процессы, существующие в компании, делят на три группы, каждая из которых обладает своими отличительными особенностями.

Основные бизнес-процессы. К группе основных относят следующие бизнес-процессы:

- Процессы, создающие добавленную стоимость продукту, который производит компания.

- Процессы, создающие продукт, представляющий ценность для внешнего клиента.

- Процессы, прямой целью которых является получение доходов.

- Процессы, за которые внешний клиент готов платить деньги.

Отличительной особенностью основных процессов является то, что они прямым образом участвуют в реализации бизнес-направлений компании.

Основные бизнес-процессы определяют доходы компании. Именно они определяют профиль бизнеса, имеют стратегическое значение и их ни в коем случае нельзя отдавать на аутсорсинг. Если их отдать на аутсорсинг, организация потеряет свою конкурентоспособность. Именно эти процессы конкурентоспособная компания должна уметь выполнять лучше других в своей отрасли.

В компании «Big Black Studio» к основным бизнес-процессам относятся:

- Бизнес-процессы по оказанию образовательных услуг;

- бизнес-процессы по оказанию бьюти услуг.

К образовательным услугам компании относятся курсы, преподаваемые в салоне красоты.

Рассмотрим одно из бизнес-направлений в виде описанного бизнес процесса.

1) Бизнес-направление - Курс «Визажист. Базовый курс»

Длительность курса 40 ч.

Количество занятий:

- теоретические занятия - 4 занятия по 2 часа

- практические занятия – 9 занятий по 3 часа

- экзамен теоретический – 2 часа

- экзамен практический – 3 часа

Графическое описание бизнес-направления Курс «Визажист. Базовый курс» представлено в рисунке 9.

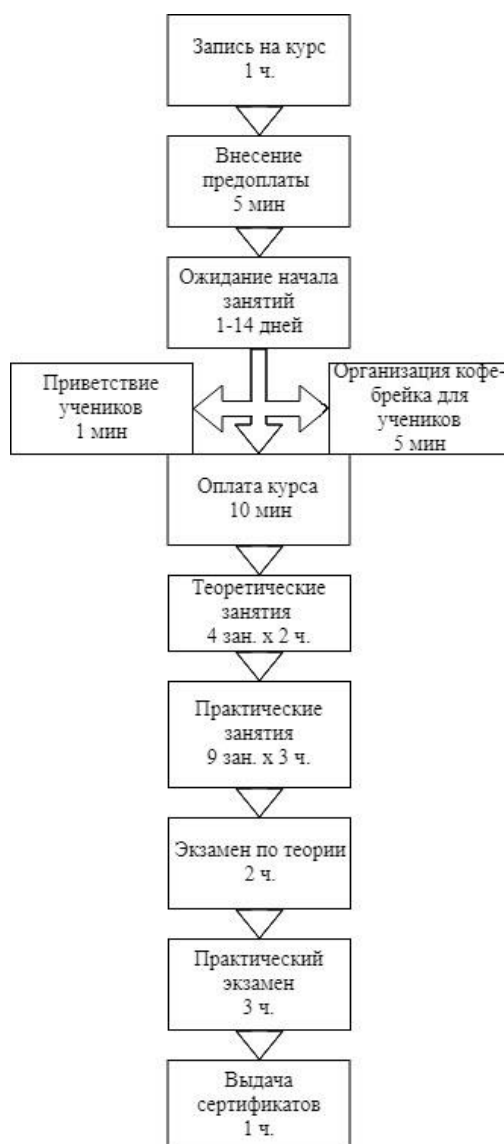


Рисунок 9 - Графическое описание бизнес-направления Курс «Визажист. Базовый курс»

Исходя из данных рисунка 9, можно определить, что максимальное время прохождения курса «Визажист. Базовый курс» доходит до 378 часов и 18 мин, с учетом ожидания. Максимальные временные затраты приходятся на действие «Ожидание начала занятий» - до 14 дней, т.е. 336 часов. Это связано с тем, что потребитель дожидается набора группы и старта занятий.

2) Бизнес-направление – услуга визажиста «макияж»

Длительность услуги: 1,5 часа

Графическое описание бизнес-направления услуги визажиста «макияж» представлено в рисунке 10.

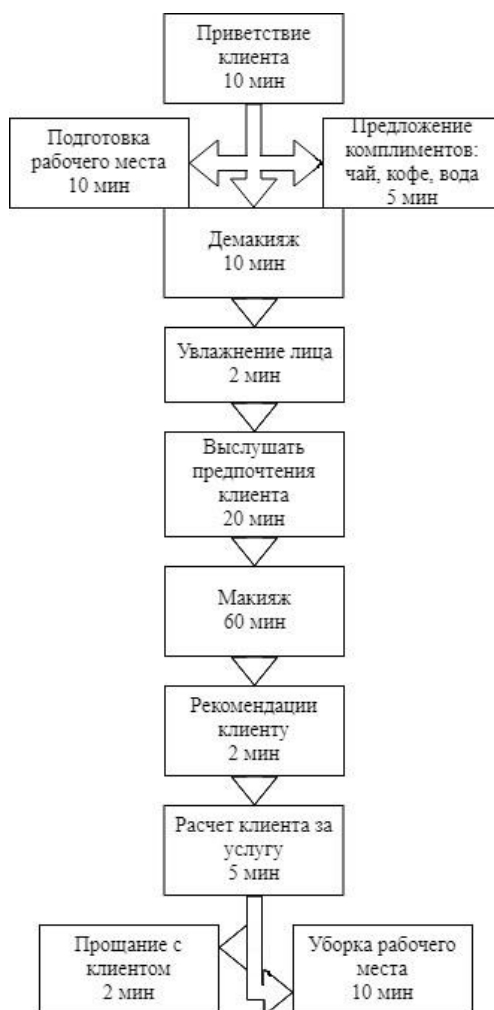


Рисунок 10 - Графическое описание бизнес-направления услуги визажиста «макияж»

Исходя из данных рисунка 10, можно определить, что максимальное время оказания услуги визажиста «макияж» доходит до 149 мин. Максимальные временные затраты приходятся на нанесение декоративной косметики, т.е. макияж, а также на выслушивание предпочтений клиента.

3) Бизнес-направление ногтевого сервиса «маникюр»

Длительность услуги: 1,5 часа

Графическое описание бизнес-направления ногтевого сервиса «маникюр» представлено в рисунке 11.

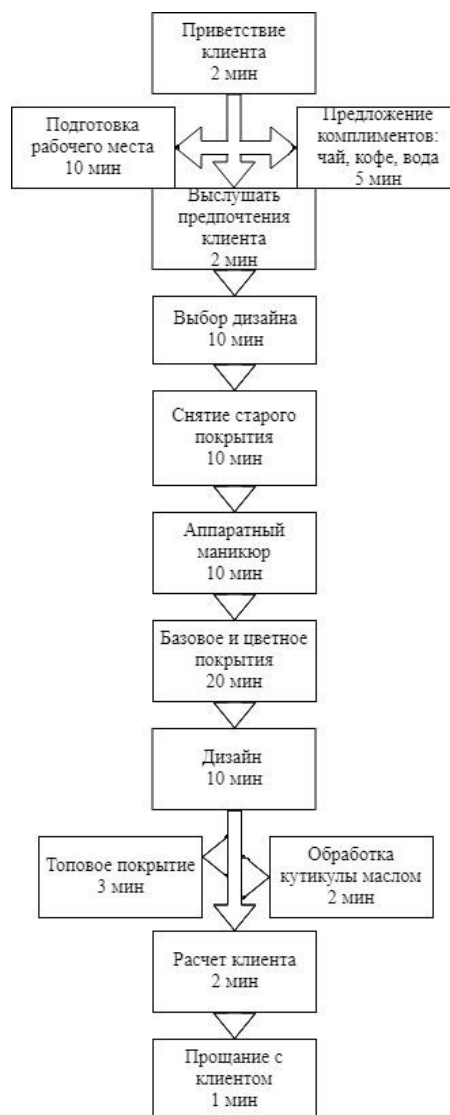


Рисунок 11 - Графическое описание бизнес-направления ногтевого сервиса «маникюр»

Исходя из данных рисунка 11, можно определить, что максимальное время оказания услуги визажиста «макияж» доходит до 80 мин. Максимальные временные затраты в бизнес направлении «маникюр» приходятся на базовое и цветное покрытия, а также на дизайн, снятие старого покрытия и аппаратный маникюр.

Обеспечивающие бизнес-процессы. Если основные бизнес-процессы приносят деньги, производя продукт и удовлетворяя потребности клиента, то обеспечивающие процессы поддерживают инфраструктуру организации. Клиент за них не готов платить деньги, но эти процессы нужны для того, чтобы компания существовала. Клиентами обеспечивающих процессов

являются подразделения и сотрудники организации, которых при описании процессов называют внутренними клиентами.

Бизнес-процессы отдела маркетинга являются основными, соответственно они приносят компании прибыль. Необходимо постоянно совершенствовать основные бизнес-процессы, чтобы компания была всегда конкурентоспособной и могла наращивать прибыль.

В компании «Big Black Studio» к обеспечивающим бизнес-процессам относится маркетинговое обеспечение.

В компании «Big Black Studio» деятельность отдела маркетинга заключается в следующих основных блоках:

1 Исследование рынка:

- Сбор информации о конкурентах;
- анализ деятельности конкурентов;
- поиск информации о существующих и потенциальных потребителях.

2 Ценообразование:

- Расчет цен на продукт, исходя из рыночной ситуации;
- рекомендации по установлению цен на услуги;
- расчет цен на акции и специальные предложения.

В Томске рынок салонов красоты близок к совершенной конкуренции. Выход с рынка одной из компаний не повлечет изменения в цене на услуги других салонов красоты.

Поэтому, для поддержания конкурентоспособности, за основу были взяты цены конкурентов на предоставляемые услуги отражены в таблице 5.

Таблица 5 - Цены конкурентов на предоставляемые услуги

Услуга	Цена, руб
Курс «Визажист. Базовый курс»	25000
Курс «Brow artist»	7000

Продолжение таблицы 5.

Услуги визажистов разных категорий	1200-2500
Услуги стилистов разных категорий	2000-3000

3 Продвижение:

- Наружная реклама;
- изготовление стендов и визуализации для студии;
- реклама в социальных сетях (Instagram , Vk);
- проведение анализа эффективной рекламной деятельности.

Для того чтобы заниматься продвижением продукта и вкладывать в это деньги компании, необходимо сначала совершить поиск информации о существующих и потенциальных потребителях.

Каждый раз, когда отдел маркетинга занимается продвижением услуги или бренда (любым из вышеперечисленных способов) необходимо указать целевую аудиторию, на которую будет направлена данная реклама или активность. От того насколько точно будет указана целевая аудитория будет зависеть результат рекламной компании.

Например, реклама в социальных сетях предполагает следующую механику:

- Оплатить рекламу/запись в сообществе, чтобы он появлялся прямо в ленте или на странице пользователя.
- Задать группу пользователей, которую заинтересует данная реклама, чтобы потребитель, увидев рекламу, захотел купить товар компании или рассказал о данном товаре друзьям.

Оценка результата рекламы в социальных сетях (рис 12.):

- количество людей, которые перешли по ссылке на пост компании;

- количество лайков данного поста;
- количество комментариев;
- количество людей, оставшихся в группе.

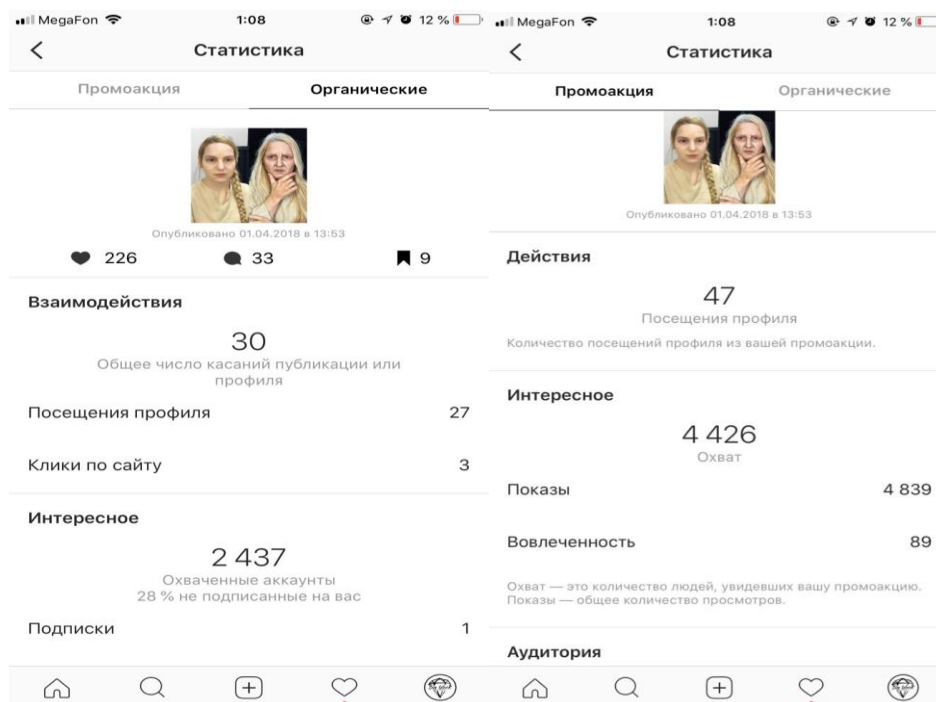


Рисунок 12 - Результат рекламы в социальных сетях

Если целевая аудитория задана правильно, тогда именно заинтересованная публика придет в группу или обратит внимание на рекламу, что будет способствовать увеличению роста продаж.

Таким образом, каждая крупная компания для любой маркетинговой активности должна применять знания о целевой аудитории продукта.

В процессе прохождения практики был проведен Swot-анализ компании. В результате были получены сильные, слабые стороны компании, возможные угрозы и потенциальные возможности.

Swot-анализ (strengths - сила, weaknesses - слабость, opportunities - возможности, threats - угрозы) - распространенный вид анализа в маркетинге. Позволяет упорядочить разрозненные представления о компании, ее конкурентном окружении, а также получить схему взаимодействия сил, слабостей, возможностей и угроз. Рассмотрим их в таблице 6.

Таблица 6 - SWOT-анализ компании «Big Black Studio»

Возможности	Угрозы
1.Расширение спектра услуг 2.Узнаваемый бренд 3.Регулярное повышение квалификации персонала 4.Усиление рекламной кампании 5.Изменение рекламной кампании	1.Сильная конкуренция в Томске 2.Снижение платежеспособности клиента 3.Ухудшение экономической ситуации в стране
Сильные стороны	Слабые стороны
1.Высококвалифицированный персонал 2.Благоприятный социально-психологический климат в компании 3.Лидерская позиция 4.Наличие постоянных клиентов	1.Перенасыщение рынка салонами красоты 2. Ценовая конкуренция со стороны других компаний

Сильные стороны + возможности:

- Расширение спектра услуг
- Улучшение рекламной кампании, исходя из расширения целевой аудитории

Слабые стороны + угрозы:

- Увеличение конкурентных преимуществ – внедрение передовых инновационных технологий
- Занять твердую позицию на рынке – стабильное количество постоянных клиентов.

Сильные стороны + угрозы:

- Снижение цены, чтобы больше людей могло позволить себе «попробовать» услуги салона красоты
- Добиться больших конкурентных преимуществ

Слабые стороны + угрозы:

- Пересмотр ценовой политики

3.2 Оценка изменений во времени описанных бизнес процессов после применения технологических инноваций

После изучения технологических инноваций, их особенностей и характеристик, было предложено соотнести технологические инновации и описанные ранее бизнес процессы.

1) По данным рисунка 9, можно обратить внимание, что ожидание в 14 дней – это наибольшие временные затраты, т.к. ожидание набора группы – время потраченное впустую. Чтобы решить эту проблему, рекомендовано прибегнуть к онлайн-обучению, чтобы сократить временные потери. С помощью онлайн-обучения можно сократить все временные затраты связанные с теоретическими занятиями.

Пример бизнес-направления Курс «Визажист. Базовый курс» после внедрения онлайн-обучения представлен на рисунке 13.

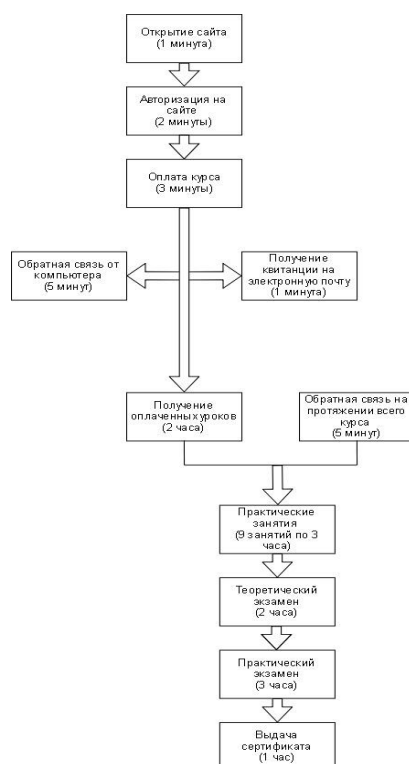


Рисунок 13 - Графическое описание бизнес-направления курса «Визажист. Базовый курс» с применением онлайн-обучения

Исходя из данных рисунка 13, можно определить, что максимальное время прохождения курса «Визажист. Базовый курс» доходит до 35 часов и 17 минут.

Такое сокращение времени было достигнуто благодаря сокращению времени ожидания, достигавшего до 336 часов. Благодаря онлайн обучению, к прохождению курса можно приступить незамедлительно, что позволяет увеличить количество курсов «Визажист. Базовый курс» до 2-3 раз в месяц.

2) По данным рисунка 10 видно, что процесс «выслушать предпочтения клиента» занимает около 20 минут. Т.к. процессы «макияж» и «увлажнение» сократить невозможно, облегчить процесс «выслушать предпочтения клиента» можно сократить путем применения технологической инновации ModiFace. Таким образом, клиент еще до прихода в салон красоты может выбрать желаемый макияж, не тратя на это время в салоне. Время сократится до 5 минут, куда будет входить консультация с мастером и его технические поправки.

Пример бизнес-направления услуги визажиста «макияж» представлен на рисунке 14.

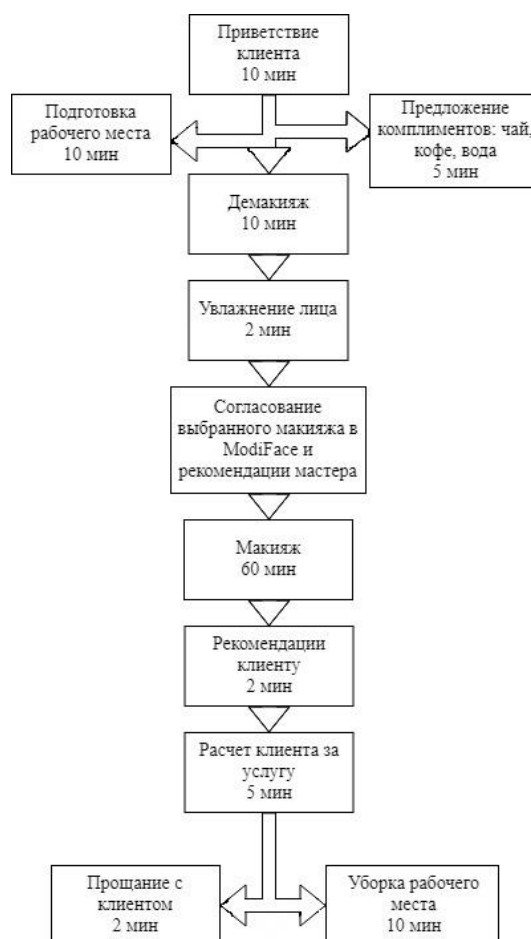


Рисунок 14 - Графическое описание бизнес-направления услуги визажиста «макияж» с применением ModiFace

Исходя из данных представленных на рисунке 14, можно определить, что максимальное время выполнения услуги доходит до 130 мин.

ModiFace позволяет избавиться от неудовлетворенности клиента макияжем. Клиент заранее может видеть каким будет результат, и, исходя из этого, менять свое решение, даже находясь вне салона красоты.

3) По данным рисунка 11, можно заметить, что большие временные затраты уходят на процессы, сокращение времени которых технологически невозможно. Однако процесс создания дизайна на ногтях и процесс выбора дизайна сократить можно. Портативный принтер для ногтей 'O'2' Mobile Nail Printer – технологическая инновация, печатающая выбранный на смартфоне дизайн.

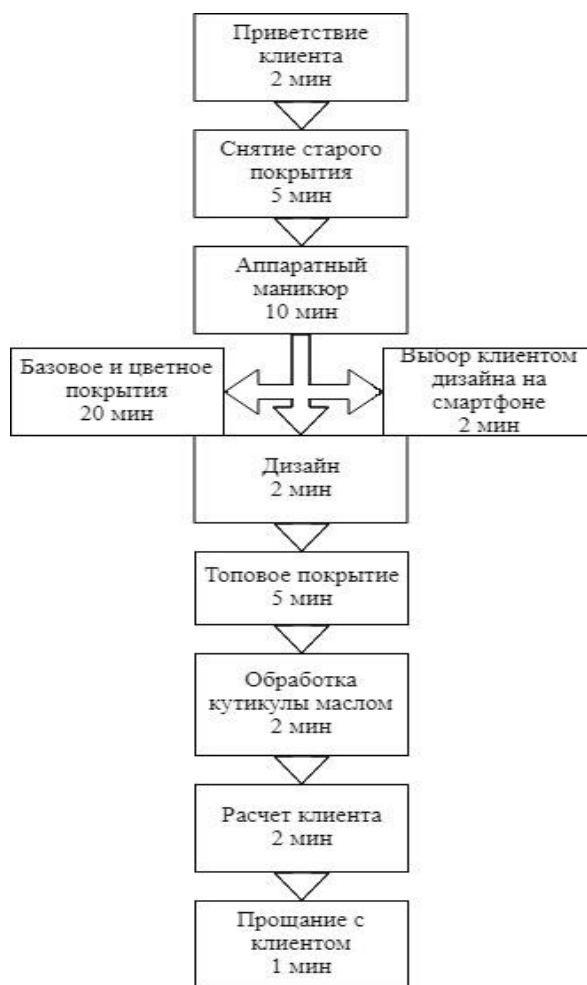


Рисунок 15 - Графическое описание бизнес-направления ногтевого сервиса «маникюр» с применением технологической инновации в виде портативного принтера для ногтей 'O'2' Mobile Nail Printer

Исходя из данных рисунка 15, можно определить, что максимальное время выполнения услуги доходит до 49 минут.

Такое сокращение было достигнуто благодаря сокращению действий «выслушать предпочтения клиента» и «выбор дизайна», т.к. с помощью портативного принтера для ногтей 'O'2' Mobile Nail Printer, клиент может заниматься выбором дизайна во время аппаратного маникюра, или базового + цветного покрытия. Также сократилось время, уделяемое действию «дизайн» и ограничилось 2 минутами. Это связано с тем, что печать дизайна с помощью портативного принтера для ногтей 'O'2' Mobile Nail Printer составляет 40 секунд.

3.3 Экономический эффект от внедрения каждой инновации

Для того чтобы рассчитать на сколько эффективно применение технологических инноваций в салон красоты «Big Black Studio», необходимо рассчитать затраты на них с учетом сокращаемого с их помощью времени. Затраты на применение технологических инноваций в салон красоты «Big Black Studio» приведены в таблице 7.

Таблица 7 – Затраты на применение технологических инноваций

Технологическая инновация	Стоимость за шт., руб	Сокращенное время одной услуги, мин
ModiFace	Бесплатно	15
Онлайн – обучение (услуги программиста)	20000	20160
Портативный принтер для ногтей 'O'2' Mobile Nail Printer	93510 (курс валют на 10.06.18: \$1=62,34 руб)	31
Итого	113510	

Таким образом, стоимость затрат на применение технологических инноваций в салон красоты «Big Black Studio» составляет 113510 рублей.

Для расчета эффективности необходимо рассчитать стоимость минуты работника и занятость до и после внедрения технологической инновации. Расчет экономической выгоды представлен в таблице 8.

Таблица 8 – Расчет экономической выгоды

Должность сотрудника	Занятость в месяц до внедрения технологической инновации, мин	Стоимость в минуты в месяц, руб	Занятость в месяц после внедрения технологической инновации, мин	Экономия в месяц, мин	Экономическая выгода, руб	Экономическая выгода в год, руб
Преподаватель курса «Визажист. Базовый курс»	2400	33,3	1920	480	15984	191808
Мастер-визажист	2235	10,06	1800	435	4376,1	52513,2
Мастер ногтевого сервиса	2400	15	1470	930	13950	167400
Итого						411721,2

Расчёт эффективности:

За год, при внедрении технологических инноваций выгода достигает значения 411721,2 руб., при затратах в 113510 руб. Таким образом эффективность в год достигает значения 362,7%.

Таким образом, описанные технологические инновации экономически выгодны и их применение осуществимо.

ЗАДАНИЕ ДЛЯ РАЗДЕЛА «СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ»

Студенту:

Группа	ФИО
Зн41	Томляк Валерия Васильевна

Школа	Инженерного предпринимательства	Направление	Иноватика 27.03.05
Уровень образования	Бакалавр		

Исходные данные к разделу «Социальная ответственность»:

1. Характеристика объекта исследования и области его применения	Объектом проведенного исследования являются технологические инновации в бьюти индустрии
---	---

Перечень вопросов, подлежащих исследованию, проектированию и разработке:

1. Производственная безопасность	Вредные факторы: - недостаточная освещенность - неблагоприятные условия микроклимата Опасные факторы: - электрический ток
2. Экологическая безопасность:	Внедрение технологических инноваций сопровождается поломкой и утилизацией. В данном пункте описаны виды переработки и утилизации составляющих инновационного продукта
3. Безопасность в чрезвычайных ситуациях:	Для обеспечения пожарной безопасности при работе с электрооборудованием. Соблюдение требований пожарной безопасности. Для тушения пожара на рабочем месте имеются огнетушители, в коридорах размещены планы эвакуаций, существуют запасные выходы, установлены пожарные сигнализации.
4. Правовые и организационные вопросы обеспечения безопасности:	При приеме на работу работодатель руководствуется Трудовым кодексом РФ.

Дата выдачи задания для раздела по линейному графику

Задание выдал консультант:

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
Ассистент	Мезенцева И.Л.			

Задание принял к исполнению студент:

Группа	ФИО	Подпись	Дата
Зн41	Томляк Валерия Васильевна		

4 Социальная ответственность

Введение

Объектом проведенного исследования являются технологические инновации в бьюти индустрии. Внедрение технологических инноваций сопровождаются разными сложностями как правовыми, так и производственными.

В качестве технологических инноваций понимается портативный принтер для ногтей 'O'2' Mobile Nail Printer и HiMirror Plus.

HiMirror Plus осуществляет персонализированный анализ кожи пользователя, просто сделав снимок. Устройство изучает недостатки поверхностного уровня, такие как цвет лица, повреждение от солнечного света, поры и морщины, а затем рекомендует продукты и процедуры по уходу за кожей, чтобы исправить каждый недостаток.

Портативный принтер для ногтей 'O'2' Mobile Nail Printer позволяет пользователям создавать дизайн для ногтей на своём смартфоне, а затем сделать эксклюзивный маникюр без необходимости делать это вручную или посещать салон.

4.1 Производственная безопасность

4.1.1 Анализ выявленных вредных факторов проектируемой производственной среды

В данном разделе следует определить влияние всех возможных опасных и вредных факторов, и предусмотреть мероприятия по ограничению воздействия этих факторов. Их классификация дана в стандарте ГОСТ 12.0.003-2015 ССБТ «Опасные и вредные производственные факторы. Классификация».

Согласно этому стандарту по действию все эти факторы делятся на следующие группы: физические, химические, психофизиологические [12]. В связи с тем, что на состояние здоровья мастеров визажистов и стилистов химические факторы существенное влияние не оказывают, то мы рассмотрим две группы факторов: физические, психофизиологические [13].

Работа мастеров визажистов и стилистов производится в помещении с недостаточным количеством света. К вредным факторам можно отнести:

Недостаточная освещенность. Свет определяет жизненный тонус и ритм человека. Верно спроектированное и выполненное производственное освещение улучшает обстоятельства зрительной работы. Недостаточность освещения приводит к напряжению зрения, вызывает ослепление, а неправильное направление света на рабочем месте может создавать резкие тени и блики. Все эти причины могут привести к несчастному случаю или профзаболеваниям, поэтому важно правильно рассчитать освещенность.

Для рабочего офиса более рациональна система общего равномерного освещения, применяемая для тех помещений, где работа производится на всей площади, и нет необходимости в лучшем освещении отдельных участков.

В качестве источников света рекомендуется применить люминесцентные лампы (открытые двухламповые светильники типа ШОД), применяемые для общего и комбинированного освещения в нормальных

помещениях, с хорошим отражением потолка и стен, при умеренной влажности и запыленности.

Значения нормируемой освещенности изложены в строительных нормах и правилах СП 52.13330.2011. Для данного помещения необходима освещенность, которая соответствует зрительной работе малой точности подразряда «Г» (характеристика фона – светлый, контраст объекта с фоном – большой, наименьший размер объекта различения равен 1 – 5 мм). Требуемая освещенность E в нашем случае равна 400 Лк [14].

Неблагоприятные условия микроклимата. Метеорологические условия рабочего пространства, или микроклимат, находятся в зависимости от теплофизических особенностей технологического процесса, сезона года, климата, вентиляции, критерий отопления. К характеристикам микроклимата относятся: относительная влажность, скорость, температура, атмосферное давление окружающего воздуха.

Гигиеническое нормирование параметров микроклимата производственных помещений установлено системой стандартов безопасности труда (ССБТ) ГОСТ 12.1.005-88 «Общие санитарно-гигиенические требования к воздуху рабочей зоны». Они едины для всех производств и всех климатических зон с некоторыми незначительными отступлениями [15].

В холодный период года оптимальная температура в помещении категории согласно ГОСТ 12.1.005-88 должна быть 22-24 °С, скорость движения воздуха 0,1 м/с, влажность воздуха 40-60%. В теплый период года температура в помещении 23-25 °С, скорость движения воздуха 0,1 м/с, влажность воздуха 40-60% [15].

Работа мастера салона красоты относится к категории Ib, поэтому уровень энергозатрат не превышает 139 Вт [15].

Оптимальные и допустимые нормы температуры и относительной влажности воздуха в рабочей зоне производственных помещений представлены в таблице 7.

Таблица 9 - Оптимальные и допустимые нормы температуры и относительной влажности воздуха в рабочей зоне производственных помещений

Период	Температура, °С		Относительная влажность, м/с	
	Верхняя граница	Нижняя граница	Оптимальная	Допустимая на рабочих местах
Холодный	24	20	40-60	75
Теплый	28	21	40-60	60

При несоответствии оптимальным характеристикам микроклимата помещения для данного вида работ с реальными параметрами, необходимо будет установить кондиционер.

Рациональное цветовое оформление производственного интерьера это действенный фактор улучшения жизнедеятельности человека и условий труда.

Эмоциональное воздействие цвета на человека позволяет обширно использовать его в гигиенических целях. Означает, что при оформлении производственного интерьера цвет используют как композиционное средство, которое обеспечивает гармоничное единство помещения и технологического оборудования, как фактор, который создает оптимальные условия для выполнения зрительной работы и работы способствующий повышению работоспособности; как средство ориентации, информации сигнализации для обеспечения безопасности труда.

Поддержание рациональной цветовой палитры в производственных помещениях достигается правильным выбором осветительных установок, которые обеспечивают необходимый световой диапазон.

В процессе эксплуатации осветительных установок необходимо предусмотреть регулярную очистку от загрязнений светильников и остекленных проемов, своевременную замену отработавшей свой срок лампы, контроль напряжений питания осветительной сети, регулярную и рациональную окраску потолка, стен, и оборудования [12].

Характеристики интерьера: стены окрашены в белый цвет, пол бетонный. Потолок побелен.

Цветовое оформление кабинета будет благоприятно воздействовать на зрение и восприятие человека.

4.1.2 Анализ выявленных опасных факторов проектируемой производственной среды

1. Защита от электрического тока. Электрические установки, к которым относится все осветительное оборудование, представляют для человека большую потенциальную опасность, так как в процессе эксплуатации или проведения профилактических работ человек может коснуться частей, находящихся под напряжением [16].

Требования к устройству защитного заземления и зануления электрооборудования определены «Правилами устройства электроустановок». Защитному заземлению или занулению подлежат металлические части электроустановок, доступные для прикосновения человека. Помещение оснащено средствами защиты от электрического тока. Все электрические приборы и розетки имеют заземление.

Одно из главных требований безопасности является хороший уровень состояния изоляции. Назначение изоляции состоит в том, чтобы предупредить возникновение коротких замыканий и исключить контакт с токоведущими частями.

Обеспечение этих требований будет достигаться применением двойной изоляции токовых частей, защитой элементов осветительных сетей от механических повреждений. Это позволит защитить от поражения электрическим током, обеспечить соблюдение соответствующих норм и правил. Опасность возникновения поражения электрическим током может возникнуть только в случае грубейшего нарушения правил техники безопасности [16].

4.2 Экологическая безопасность

Портативный принтер для ногтей 'O'2' Mobile Nail Printer состоит из пластиковых составляющих в виде коробки, картриджа с цветами и металлического элемента. Утилизация данных материалов определяется документом ГОСТ 30772-2001. Ресурсосбережение. Обращение с отходами.

Конструкция HiMirror Plus представляет собой пластиковую оправу и стекло с зеркальным покрытием.

Переработка пластиковых отходов осуществляется несколькими способами.

1. С помощью пиролиза. При этом способе обработки пластмассы под воздействием высоких температур обрабатываются в специальных камерах без доступа кислорода. Продуктом такого процесса становится газ, тепловая энергия и мазут.

2. Отдельная разновидность — многоконтурный пиролиз. При высокой температуре (свыше 600° C) в бескислородной среде пластик плавится, а затем подается в многоконтурную систему циркуляции. Это позволяет очистить пластмассу от ядовитых веществ и получить более чистое топливо.

3. С помощью гидролиза. В вакуумных резервуарах мелкий лом пластмассы расщепляется под воздействием воды, растворов кислот и высокой температуры. Это энергозатратный метод, и окупается он только при больших масштабах переработки.

4. С помощью двухатомных спиртов. Подвид гидролиза, при котором используется этиленгликоль и более высокие температуры. Также для минимизации времени химических реакций используются катализаторы. Малотребователен к исходному сырью, но получаемый пластик не годится для пищевого использования.

5. С помощью метанолиза. Самый популярный способ термопереработки. В резервуарах с высокими температурами пластмассы

расщепляются при помощи метанола. Такой способ тоже годится только для крупных масштабов переработки, к тому же он взрывоопасен.

6. С помощью механической обработки. Пластик сначала сортируют, потом он отправляется на предварительное измельчение, промывку и сушку. Полученные фрагменты плавят и либо разливают по формам прямо на месте, либо измельчают в гранулы, которые используются как сырьё на других производствах [17].

Утилизация и переработка стекла – поэтапный процесс, состоящий из следующих основных стадий:

- осуществление сбора отходов из стекла;
- перевозка собранных отходов на завод по переработке стекла;
- сепарация, очистка от разных примесей, промывка отходов;
- измельчение стекла на специальном оборудовании, размол мелких кусков в порошок;
- упаковка произведенного стеклянного порошка с целью последующего использования.

Переработка стеклянных бутылок (а точнее, брака и боя бутылок) непосредственно на самом заводе по производству стеклотары – это грамотная и рациональная утилизация отходов. Рассмотрим, как осуществляется данный процесс.

1. Этап первый. Отделение от стеклобоя всех не стеклянных компонентов. Размалывание боя и отделение оставшихся металлических частей с помощью магнитов. Обособление пластиковых и бумажных составляющих от измельченной смеси в вакуумных процессах.

2. Этап второй. Отправка полученной смеси на вторичное изготовление тары. Бой добавляется в исходное сырьё (известь, сода и т.д.), далее осуществляется перемешивание смеси и ее превращение (при 1500°С) в стеклянную фракцию.

3. Этап третий. Разливание стекольной массы в формовочные емкости, выдувание новых бутылок.

Качество такой бутылки, произведенной при вторичной переработке стекла, соответствует качеству бутылки, изготовленной из 100% свежих компонентов сырья. Использование боя в производстве стеклотары значительно экономит энергию [17].

Процесс утилизации или переработки металла в малых объемах подразумевает трехстадийную систему переработки:

1. Низшая стадия – прием лома чёрных и цветных металлов на первичных пунктах, без последующей его сортировки и переработки. Эта система экстенсивна, и полностью исчерпала свои возможности.

2. Промежуточная стадия; приём лома с последующей его разделкой и сортировкой по металлам и профилям. Предприятия такого типа сейчас являются наиболее распространёнными. Вместе с тем утилизации неметаллических элементов, встречающихся в процессе такой переработки практически не происходит, в лучшем случае возможно предварительная (не всегда качественная) сортировка.

3. Высшая стадия, которая функционирует на крупных металлургических предприятиях. В их состав включаются мини-предприятия по выплавке стального лома в электрических печах. Такой способ переработки лома чёрных металлов рентабелен при больших объемах заготовки металлолома, и реализуется через создание региональных сталеплавильных производств [17].

4.3 Безопасность в чрезвычайных ситуациях

Пожар - неконтролируемый процесс горения, который может сопровождаться ликвидированием материальных ценностей и создающий угрозу и небезопасность для людей.

При использовании осветительных устройств пожар может возникнуть в следующих ситуациях: перегрузки; короткого замыкания; повышение переходных сопротивлений в электрических контактах; неосторожное обращение работников с огнем; перенапряжение.

Пожары представляют особую опасность, т.к. они сопряжены не только с большими материальными потерями, но и с причинением весомого вреда здоровью человека и даже смерти. Известно что, пожар может возникать при взаимодействии горючих веществ, окисления и источников зажигания.

Меры пожарной профилактики:

Строительно-планировочные - определяются огнестойкостью зданий и сооружений (выбор материалов конструкций: сгораемые, негораемые, трудно сгораемые) и предел огнестойкости - это количество времени в течение которого под воздействием огня не нарушается несущая способность строительных конструкций вплоть до появления первой трещины [18].

Характеристики здания:

По взрывоопасности здание относится к категории "В"; степень огнестойкости здания – II (стены кирпичные, перегородки железобетонные, кровли шиферные); Имеется: АПС (автоматическая пожарная сигнализация) с датчиками ДТЛ (датчик тепловой линейный) с выводом сигнала на центральный пункт пожарной связи ПЧ №3; пожарные кнопки - извещатели ПКИЛ-9, телефонная связь.

Для осуществления тушения загорания электроустановок и приборов, находящихся под током необходимо иметь углекислотный огнетушитель ОУ-5.

Рабочий коллектив будет проинструктирован с соблюдением мер пожарной безопасности под роспись в журнале по технике безопасности (ТБ), обучен применению имеющихся средств пожаротушения, вызову пожарной охраны при загорании. Инструктаж персонала будет проводиться один раз в полугодие.

Землетрясения являются тектоническими небезопасными явлениями и относятся к ЧС по природе естественного характера. Землетрясения - это подземные точки и колебания земной поверхности, которые вызваны в основном геофизическими факторами. При этом происходит разрядка энергетической активности, которая накопилась в недрах. Энергия, которая выделилась на глубине, передается посредством эластичных волн в толще земной коры и может достигать поверхности земли, где и происходят разрушения.

Наиболее стандартные последующие результаты землетрясений: паника, небезопасные геологические явления, пожары; травмирование и смерть людей, повреждение и разрушение зданий, транспортные катастрофы и катастрофы, выбросы радиоактивных, аварийно - химически небезопасных и других вредных веществ, нарушение функционирования систем жизнеобеспечения.

По заключениям многих ученых, сейсмическая активность Земли в ближайшее время будет нарастать. А по данным ГО и ЧС г. Томск геологические особенности нашего края таковы, что, даже при интенсивности колебаний грунта в 12 баллов в ближайшем очаге землетрясения, в нашем городе не может быть более 3-4 баллов. Поэтому землетрясение будет сопровождаться лишь легким дребезжанием и колебанием предметов, посуды, стекол, скрипом дверей.

Для защиты от землетрясений будут предусмотрены мероприятия: проведение инструктажа с персоналом на случай возникновения землетрясений и других ЧС, разработан план эвакуации, назначены ответственные, что будет соответствовать требуемым нормам [19].

4.4 Правовые и организационные вопросы обеспечения безопасности

4.4.1 Правовые нормы трудового законодательства

Продолжительность рабочего дня не должна превышать 40 часов в неделю. Возможно, сокращение рабочего времени. Для работников, возраст которых меньше 16 лет – не более 24 часа в неделю, от 16 до 18 лет – не более 35 часов, как и для инвалидов I и II группы. Также рабочее время зависит от условий труда: для работников, работающих на рабочих местах с вредными условиями для жизни – не больше 36 часов в неделю [20].

Светопроемы должны быть ориентированы преимущественно на север и северо-восток. В рабочем кабинете имеется три окна, два ориентированные на север и одно на северо-запад.

4.4.2 Организационные мероприятия обеспечения безопасности

Рабочее место должно обеспечивать возможность удобного выполнения работ, учитывать размеры рабочей зоны, а также необходимость передвижения в ней работающего.

Невыполнение требований к расположению и компоновке рабочего места может привести к получению работником производственной травмы или развития у него профессионального заболевания. Рабочее место должно соответствовать требованиям ГОСТ 12.2.032-78. Конструкция оборудования и рабочего места при выполнении работ в положении сидя должна обеспечивать оптимальное положение работающего, которое достигается регулированием высоты рабочей поверхности, высоты сидения, оборудованием пространства для размещения ног и высотой подставки для ног [21].

Заключение

Чтобы внедрить технологические инновации в бьюти-индустрии, безусловно, нужно учитывать опыт внедрения на традиционные рынки. При этом всегда необходимо анализировать конкурентов и рынок в целом.

Индустрия красоты — это сложный высококонкурентный бизнес, который постоянно развивается и идет в ногу с современными технологиями. Технологические инновации в бьюти-индустрии помогают сократить временные затраты на бизнес-направления, при неизменном качестве работы.

Учитывая актуальность данного исследования, был выбран следующий объект исследования: бьюти индустрия. Предметом исследования являлись технологические инновации в бьюти индустрии.

Проанализированные инновации предусматривают применение в салоне красоты г. Томска «Big Black Studio». В работе проведен подробный анализ конкурентов и ценовой анализ конкурентоспособности. Также компания была изучена изнутри - описаны разные бизнес-направления.

Целью работы стало изучение инноваций в бьюти индустрии.

Проведя анализ конкурентов города Томска, были выявлены 6 салонов красоты, из 844 представленных в городе Томске, выделяющиеся с помощью охвата аудитории своих аккаунтов в социальной сети Instagram. В этот список вошли: «Big Black Studio», «Beauty 24/7», «Sash Studio», «Studio 618» и «ME Studio». Из конкурентного анализа было выявлено, что цена варьируется в диапазоне 1000 рублей, на все услуги. Опасным конкурентом области охвата подписчиков является салон красоты «Sash Studio», большая часть аудитории которого являются жители города Москва.

В качестве основных бизнес-направлений были выделены 3 услуги салона красоты «Big Black Studio»: курс «Визажист. Базовый курс», услуги мастера-визажиста «макияж» и услуга мастера ногтевого сервиса «маникюр». По всем указанным услугам было проведено описание бизнес-направления с указанием временных затрат. А также именно на эти услуги было спрогнозировано применение технологических инноваций в виде

портативного принтера для ногтей 'O'2' Mobile Nail Printer, онлайн-обучения и приложения «ModiFace» и составлены новые бизнес-направления с указанием временных затрат. Указанные технологические инновации являются экономически выгодными.

Проведенные исследования нашли практическое применение при разработке новой маркетинговой стратегии салона красоты «Big Black Studio».

Список использованных источников

1. Браун, Б. Макияж : для новичков и профессионалов. – М. : Эксмо, 2013. – 218 с.
2. Гаврилова, А. С. Омоложение : краткая энциклопедия. – М. : Эксмо, 2015. – 222 с.
3. Никитина О.А. Определение новых рыночных ниш в бьюти-индустрии // Фундаментальные исследования. – 2017. – № 8-1. – С. 196-200
4. Интернет-журнал про Сибирь «Сиб.ФМ» // [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://sib.fm/briefly/2016/12/27/koroche-uberizacija-ehkonomiki> (дата обращения 10.05.18)
5. Новостной портал «Все о косметологии» // [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://cosmetology-info.ru/7037/news-2017-v-industrii-krasoty-novinki-rynka-i-glavnye-innovatsii-goda/> (дата обращения 7.05.18)
6. «2ГИС» - карты и справочники // [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://2gis.ru/tomsk/search/Красота?queryState=center%2F84.948637%2C56.488128%2Fzoom%2F11> (дата обращения 5.05.18)
7. Школа макияжа в Томске «Big Black Studio» // [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://bigblackstudio.ru/> (дата обращения 5.05.18)
8. Официальный аккаунт в социальной сети Instagram «Beauty 24/7» // [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.instagram.com/beauty24l7/?hl=ru> (дата обращения 5.05.18)
9. Официальный аккаунт в социальной сети Instagram «Sash studio» // [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.instagram.com/sash.studio/> (дата обращения 5.05.18)
10. Официальный аккаунт в социальной сети Instagram «Studio 618» // [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.instagram.com/studio.618/> (дата обращения 5.05.18)

11. Официальный аккаунт в социальной сети Instagram «ME Studio»
// [Электронный ресурс]. — Режим доступа:
https://www.instagram.com/murzina_studio/ (дата обращения 5.05.18)
12. Безопасность жизнедеятельности: Учебник для вузов /Под ред. К.З.Ушакова. – М.: Изд-во Московского гос. горного университета, 2000.– 430 с.
13. ГОСТ 12.0.003-2015 ССБТ «Опасные и вредные производственные факторы. Классификация»
14. СНиП 23-05-95. «Естественное и искусственное освещение».
15. ГОСТ 12.1.005-88 «Общие санитарно-гигиенические требования к воздуху рабочей зоны».
16. ГОСТ 12.1.009-76 «Электробезопасность. Термины и определения».
17. ГОСТ 30772-2001. «Ресурсосбережение. Обращение с отходами»
18. НПБ 105-95. «Определение категорий помещений и зданий по взрывопожарной и пожарной опасности».
19. СНиП 21-01-97. «Пожарная безопасность зданий и сооружений».
20. Трудовой кодекс Российской Федерации от 30.12.2001 N 197-ФЗ (ред. от 3.07.2016) // [Электронный ресурс]. — Режим доступа:
<http://docs.cntd.ru/document/901807664> (дата обращения: 22.05.2017).
21. ГОСТ 12.2.061-81 «ССБТ. Оборудование производственное. Общие требования безопасности к рабочим местам».